

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Yellow Truck Coffee yang berlokasi di Jalan Linggawastu Bandung, penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu Experiential Marketing  $X_1$  dan Service Quality  $X_2$  sebagai variabel independen dan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh experiential marketing dan service quality terhadap keputusan pembelian, selain itu penelitian digunakan untuk mengetahui fenomena-fenomena apa saja yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian konsumen. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah populasi yaitu 99 responden.

Hasil perhitungan statistik dengan analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan persamaan regresi  $Y = 2,831 + 0,393 X_1 + 0,353 X_2$  dari persamaan regresi diketahui bahwa experiential marketing dan service quality memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi memiliki besar pengaruh yang positif sebesar 0,720 atau 72,0% sedangkan sisanya sebesar 28% yang merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Pengaruh experiential marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 36,4% sedangkan service quality berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 35,5% pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh experiential marketing dan service quality terhadap keputusan pembelian baik secara simultan dan parsial.

**Kata Kunci : Experiential Marketing, Service Quality, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

*This research was conducted in Yellow Truck Coffee, located on Jalan Linggawastu Bandung, this study consisted of 3 variables, namely Experiential Marketing  $X_1$  and Service Quality  $X_2$  as the independent variable and the dependent variable namely Purchase Decision ( $Y$ ). The purpose of this study was to find out how much influence experiential marketing and service quality had on purchasing decisions, in addition to this research was used to determine what phenomena were influencing in consumer purchasing decisions. Data collection techniques carried out were observation, interviews, and questionnaires. The research method used was descriptive and verification with a population of 99 respondents.*

*The results of statistical calculations with multiple linear regression analysis can be shown the regression equation  $Y = 2.831 + 0.393 X_1 + 0.353 X_2$  from the regression equation, it is known that experiential marketing and service quality have a positive influence on purchasing decisions. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination has a large positive effect of 0.720 or 72.0% while the rest of 28% which is the influence of other variables not examined. The effect of experiential marketing has an effect on purchasing decisions of 36.4% while service quality has an effect on purchasing decisions of 35.5%. Hypothesis testing shows that there is an influence of experiential marketing and service quality on purchasing decisions simultaneously and partially.*

**Keywords:** *Experiential Marketing, Service Quality, Purchasing decisions*